

Kapitány Ágnes - Kapitány Gábor:

## KULTURÁLIS INTÉZMÉNYEK /IDEOLÓGIAI/ ÉRTÉK- KÖZVETÍTÉSI MECHANIZMUSAIRÓL

### Az ideológia-közvetítés szimbólikus eszközei

1981 és 1985 között Győr-Sopron és Békés megyében vizsgálatot folytattunk e megyék kulturális intézményeiben "Kulturális intézmények tudatalakító hatása" címmel. A kultúra és kulturális intézmény fogalmát tágan értelmeztük: a kultúra fogalmához sorolva az életmód-, viselkedési és érintkezési stb. kultúrát is; kulturális intézménynek tekintve a művelődési házban, klubban, moziban, könyvtárban /városban színházban, múzeumban/ kívül a kultúrát megalapozó óvodát, iskolát; a közvetlenül kulturális feladatokkal is bíró, de az egyes települések kultúrájának alakulására presztizsükkel, közéleti súlyukkal is ható tanács- és pártbizottság; a kultúra hagyományos centrumait, az egyházi intézményeket; és az egyes kulturális programokat is befogadó, de az életmód vagy az érintkezési kultúrát is meghatározó, s gyakran a helyi közélet egyik legfőbb színteréül szolgáló vendéglátóipari intézményeket is.

Mindezen intézményeket elsősorban, mint az emberek értékválasztásait, világképét befolyásoló közvetítő csatornákat vizsgáltuk, az általuk sugárzott értékeket, ideológiákat, az általuk sugallt világképet, a bennük kifejeződő viszonyokat igyekeztünk regisztrálni és értelmezni.

Az intézményeket három összetevőjükön keresztül közelítettük meg: abból indultunk ki, hogy aki belép egy-

egy ilyen intézménybe, olyan hatáseggyüttessel találkozok, amely az intézmények külső-belső látványaiból, a bennük folyó programból és az ott dolgozók munka- és érintkezési stílusából áll össze. Vizsgáltuk tehát a látványokat, a programokat és a munkastílust. Ennek jegyében elemeztük tehát a két megye 250 településén, 2945 intézményében készült megfigyelési és fotóanyagot; a két megyét reprezentáló kiválasztott 20 településen /és 10 csatolt községben/ két hét alatt megvalósult /és megfigyelőink által rögzített/ programokat /programnak tekintve iskolában a tanórát és tanórán kívüli foglalkozásokat, templomban a miséket, szertartásokat, művelődési házban előadásokat, kiscsoportos foglalkozásokat, szórakoztató rendezvényeket stb./; illetve az ugyanezen időszakban történtek alapján az egyes megfigyelt intézményekben dolgozók munka- és érintkezési stílusát is. Az adatok feldolgozása folyamatban van, eredményeitől mind országosan általánosítható, mind a két megye különbségeit, mind az egyes települések, mind pedig az egyes intézménytípusok sajátosságait feltáró adatokat remélünk. Az alábbiakban a vizsgálat első tapasztalataiból szeretnénk néhányat tömören ismertetni.

xxx

A vizsgálat tárgyai az értékválasztás-alakító, tudatbefolyásoló mechanizmusok. A család, a referenciacsoportok és egyéb közösségek, a végzett munka és a munkahely, a művészet, a tudomány és a tömegkommunikáció mellett /melyek az alakuló tudat, a szocializáció legfontosabb befolyásolói/ igen nagy szerepe van az értékrendszer-alakításban, a tudatformálásban az általunk ezúttal vizsgált intézményeknek is. Az egyik, amire kutatásunkkal a figyelmet irányítottuk, hogy mi minden is lehet érték-, világgép-, ideológia-hordozó egy-egy intézményben. Ha

csak a látványokat vesszük, egy-egy intézmény esetében értékfordozóként elemezhető az épület nagysága, környezetéhez való viszonya, első és hátsó frontjának, külsejének és belsejének viszonya, helyiségeinek hierarchizáltsága, az egyes helyiségek berendezése, a bennük található bútorzat, képek, díszítések és egyéb tárgyak, az épületek és tárgyak állapota, épsége, korszerűsége, stílusa, minősége, a helyiségek tágassága, a dolgozók és látogatók számára biztosított terek jellege, az intézményben dolgozók és a látogatók öltözeke, s természetesen s elsősorban a közvetlenül ideológikus feliratok és képek /jelszavak, plakátok, faliújságok, montázsfallak stb./. S ezekre is érvényes, hogy elsősorban nem külön, egyenként, hanem összhatásukban hatnak a szemléltőre-használóra és ekként is kell őket vizsgálnunk.

A kérdésfelvetés meghatározta a kutatás metodikáját. Mivel itt elsősorban olyan hatóelemek felderítése volt a cél, melyek részben maguk sem tudatosak /sokszor éppen kialakítóik ellenére vallanak e kialakítók világképéről, értékeiről/, részben pedig tudatosan is a befogadók nem-tudatos döntéseire, érzelmeire, motívációjára igyekeznek hatni, így a vizsgálatban is azoknak a módszereknek kell dominálni, amelyek alkalmasak a szövegek, magatartások explicit formái mögötti implicit tartalmak felderítésére és értelmezésére. Így felhasznált módszereink között dominált a külső megfigyelés, a tárgyak, látványok, szövegek, magatartások, események rögzítése és utólagos tartalomelemzése a kérdőívvel, interjúval szemben. /Ahol interjút alkalmaztunk, ott is az interjúszövegek rejtett összefüggéseire koncentráltunk elsősorban./ Minden intézményből, településről igyekeztünk nagy mennyiségű háttéradatot begyűjteni, hogy az egyes jelenségeket megfelelőképpen, ha lehetséges, okok, összefüggések ismeretében tudjuk értelmezni, hiszen az egyes összefüggések elemei az összefüggérendszer egészétől nyerik értelmüket.

Mindezt azért kellett itt előbocsátani, mert a rendelkezésünkre álló idő szűkössége miatt csak vázlatosan, címszavakban, s az elvonatkoztatásaink alapjául szolgált konkrét metódusok és elemzett adatok nélkül tudunk csak b eszélni kutatásunknak azon metszetéről, amely az ideológiai közvetítés szimbólikus eszközeit vizsgálja.

xxx

A vizsgálati anyagban az intézmények látványaiban, programjaiban stb. három fő ideológia, illetve a hozzájuk kapcsolható értékek közvetítését lehetett megfigyelni, ezek jól elváltak egymástól mind a sugárzott jellegzetes értékek, mind az értékközvetítés módja s eszközei, s többnyire a közvetítés szinterei szerint is. A három ideológia a vallási /ezen a szinten az egyes egyházak közti dogmatikai, módszerbeli és egyéb különbségek az azonos vonások mellett másodlagosnak tekinthetők/, a fogyasztói, illetve a szocializmus célrendszeréhez kapcsolódó ideológia. Ezeken kívül bizonyos vonásaiban külön ideológiai és főleg érték szerkezetet mutat egyfajta "ifjúsági" ideológia; elkülönül a gyerekeknek szánt világkép; külön elemezhető a tudás-kultúra-erkölcs önértéktűségének ideológiai közvetítése; nyomokban jelen vannak, hatnak a 45 előtti világ iránti nosztalgiák egyik fenti ideológiatípusba sem sorolható jelei, illetve a nemzeti ideológia szignáljai. /Ez utóbbiak azonban jelen formájukban nem alkotnak olyan tiszta és sokoldalúan kidolgozott ideológia-típusokat, mint az elsőként említett három fő típus, gyakran azok elemeivel is keverednek./

A vallási ideológia jeleit természetesen a templomokban és egyéb egyházi létesítményekben; a szocialista ideológia, a hivatalosságon keresztül megnyilvánuló szocializmusfelfogás ideológiához kötődik elsősorban a tanács- és párt házakban, iskolákba, itt-ott a művelődési házakban

és egy-egy óvodában, vendéglátóipari intézményben, illetve a köztereken figyelhetjük meg. A fogyasztói ideológia hordozói szinte mindenütt jelen vannak, de dominánsnak a vizsgált intézmények közül persze a vendéglátóipari létesítményekben tekinthetők. A gyerekvilág kellékei - magától értetődően - az óvodát, másodlagosan az iskolát jellemzik; az ifjúsági szubkultúra a klubokban, a KISZ helyiségeiben, illetve az iskolákban dominál; a tudáskultúra-erkölcs érték-blokk az iskolában, a könyvtárban és másodlagosan a művelődési házban uralkodik; a "régi világ" iránti nosztalgia hordozói egyes cukrászdák /s érdekes módon az általunk szintén vizsgált köztereken többek között ilyen funkciójuk is van az első világháborús emlékműveknek/; a nemzeti ideológia egyes jelei inkább csak a többi rekvizitum között, hatóeszköz-együttesek részelemeiként bukkannak fel, elsősorban a magyar történelmen keresztül /de pl. az említett emlékművekhez is kapcsolódik ilyen asszociációs mező is/.

Az egyes ideológiák megjelenítésével kapcsolatban külön érdemes kitérni arra, hogy az egyes ideológiákból mi is jelenik meg a vizsgált szimbólumokban, illetve, hogy az adott ideológiák terjesztői milyen eszközökkel, milyen hatásokkal igyekeznek a jelek, szimbólumok befogadóit befolyásolni.

Először is nyilvánvaló, hogy az egyes ideológiáknak csak egy-egy része kerül be a jelekbe. Hogy mely része, az nyilván nem véletlen: éppen ebből következtethetünk egy-egy korszak, egy-egy réteg, egy-egy irányzat álláspontjára. Persze egyet kell értenünk Papp Zsolttal, mikor ezt írja: "A társadalmi helyzet érzékelése nem biztosítja minden körülmények között a 'helyzetnek megfelelő' tudat előállítását, éppen mert magát a 'társadalmi helyzetet' már tudati objektumok értelmezik és közvetítik." Így, amit a

jelekből kiolvashatunk, az nem úgy tükrözi a jelek használoinak tudatát, hogy az egyúttal valódi helyzetük, viszonyaik pontos képe volna, valóban el is fedheti azt. Amivel találkozunk, amit elemezhetünk, s aminek okait is feltárhatjuk, az arról beszél, hogy a jelhasználók milyen képet tartanak szükségesnek közölni, terjeszteni.

A fogyasztói ideológia a legegyszerűbb képlet. az életöröm, életélvezet és a legvonzóbb és legújabb tárgyak birtoklására alapozott jólét ideáljai uralják. Ezen ideológia trjesztésében az intézmények közötti különbségek elsősorban az évente változó divathoz való igazodás gyorsaságában, illetve a reklám tárgyaiban ragadhatók meg. A centrum-provincia-helyzet fokozatai bizonyos mértékig tükröződnek abban a hierarchiában is, hogy a reklámok tárgya a/ a legfejlettebb nyugati technikához, civilizációhoz; b/ bármilyen nyugati vagy éppen egzotikus létformához; c/ budapesti-nagyvárosi jelleghez kötődik-e. A hierarchia legalján azok a tárgy-megjelenítések vannak, amelyek exkluzív asszociációs kör nélkül, csupán egy-egy fogyasztási cikk /ital, cigaretta stb./ képét tartalmazzák, itt maga a reklám ténye az, ami a mögöttes ideológia /legszegegyesebb/ eszközéként hatékony lehet az adott közegben.

A fogyasztói ideológia eszközeit /tudniillik, amivel a fogyasztás vonzerejét alátámasztják/ a reklámpsziológiai irodalom részletesen elemzi. Mintánkban ilyen asszociációs kapcsolatként, főként a gazdaság, a modernség, a hétköznapiságot, szürkéseget tagadó ünnepi vidámság, és a szintén a hétköznapisággal szembehelyezett "fentebb stíl": egyfajta "uriasság", illetve "kulturáltság" bizonyos rekvizitumai jelennek meg a fogyasztás asszociáció körében. /Tipikus például a vendéglőkben archaikus képek, feliratok szerepeltetése, a történelmi patina itt egyszerre utal az üzlet hitelét alátámasztó - valódi vagy ál - régiségre és a történelmiség "magasabb" - nemesi, illetve értelmiségi - világhoz való hozzákapcsolódás lehetőségére./ Ahol a

"fentebb" világhoz való kötés hiányzik, a környezet szegényes, jelentéktelen stb., ott is érezhető - és pl. tiltó feliratokban kifejeződő - törekvések vannak a fogyasztás adott színterének a normák alatti világtól való elhatárolására.

Természetesen fontos hatóeszközei a fogyasztói ideológia terjesztésének a primér szükségletek kielégítésére utaló, illetve az ezen szükségleteket felkelteni igyekvő gasztronómiai és szex-tárgyú jelek. Mindezek a hatóeszközök nemcsak egyes tárgyak megvételére, elfogyasztására ösztönöznek - és ez az esetek nagy részében a megjelenített tárgyak hiányában nem is volna lehetséges -, hanem törekvéseket, célokat indukálnak. Az adott intézményben /a fogyasztói ideológiát az érzékek primér bombázásával alátámasztó popzenei, televíziós stb. hatásokkal együtt/ olyan légkört, magatartást, stílust teremtenek, amely elősegíti, hogy az intézményt látogatókban az "ember" jellemzői közül a "fogyasztói ember" jegyei emelkedjenek ki, kerüljenek előtérbe.

A terjesztett vallási ideológia megközelítésekor számolnunk kell azzal, hogy egymásra rétegződő funkciók hatáseggyütteséről van szó. A középkorban kialakult világképi alapokra a polgári társadalomban olyan elemek rétegződtek, amelyek bizonyos hangsúlyokat teljesen megváltottak, noha a mai hangsúlyok között annak szerepe sem elhanyagolható, hogy az egyházak egy ateista hivatalosság közegében tevékenykednek - erre is reagálva. A vallási ideológia jelenlegi megjelenési formáiban igen nagy, mondhatni uralkodó szerepe van /és ennek mai formái főleg a polgári korban, elsősorban a XVIII. században gyökereznek/ a pietisztikus szereteteszmenynek, az egyén szabad életválasztása eszményének és az emberiséget fenyegető válságokra reagálva az istenség, a hit reménységet adó erejének. Ha az állam és egyház közötti viszony rendezése következtében az egyházak nem is hirdetnek többé rezisztenciát,

kétségkívül hatóeszközként, a vallás fölényét bizonyító érvként hasznosítják mindazt, amire a világi szférában nem születik kielégítő válasz. Olyan hagyományos hatóeszközökkel szemben, mint például a Mária-kultusz, gyakran élnék a közvetlen erkölcsi, filozófiai mérlegelésre készítő hatásokkal a mindennapi élet vallási értelmezésében, eltolódva helyenként egészen egyfajta panteisztikus, sőt deista vonásokat is mutató szeretetvallás irányába. /Itt elsősorban a katolikus hangsúlyok változásáról van szó, hiszen például olyan egyházak, mint az unitárius, kezdetől fogva erősen panteisztikus szemléletet képviselnek./

A vallási ideológia a jelenkorban bizonyos mértékig a fogyasztói ideológia vetélytársaként is fellép, az öncélú jelenélvezettel szemben igyekszik a maga transzcendens értékeinek magasabbrendűségét elfogadtatni. Eszközeiben azonban felhasználja a reklámpszichológia bizonyos fogásait is, sokszor képi világa is rokon /itt elsősorban a templomi faliújságok képeire gondolunk/, csak a montázs-hatás teszi élesen különbözővé: az egzotikus tájak, a családi boldogság, a szépség, ifjúság stb., ami a fogyasztói kultúrában a tárgyak eladásához, élvezetéhez kötődik, itt a mindenben jelenlévő isteni principium alátámasztásaként szerepel. A kiváltott primér érzelmeket efelé igyekszik terelni.

A hatóeszközök száma igen nagy. Az említett, érzelmekeltő képeken kívül igen fontos elem a közösséghez tartozás hangsúlyozása /a nem-hívókkal szemben/. Ugyanakkor fontos hatóelem az ellenfelekénél erősebb tolerancia hirdetése és jeleinek felmutatása /például Népszabadság a templomban, marxizmus tanítása az egyházi iskolákban stb./; az ellenfelekénél erősebb igazság sugallása /például ismert nem-vallásos szerzők vallásosan is értelmezhető szövegeinek idézése, a magyar és egyetemes kultúra történelmi nagyjainak hitvalló felvonultatása./ A minden napra szóló cél és feladatadás, az önvizsgálatra késztetés, egyúttal a napi



terhek alól való feloldás, az ismeretterjesztés és a mindenkori legújabb fejlemények megválaszolásának igénye, az egyén megbecsülése - mindezek megnyilatkoznak képekben, feliratokban, az egyes lelkészek prédikációiban és az általuk szervezett csoportos foglalkozásokon. Természetesen igen nagy különbségek vannak az egyes települések, s az egyes papok között. Kétségkívül sok az üres általánosságban maradó szöveg is /jellegzetes példája ennek az isteni fény-világoosság-misztika retorikus alkalmazása/, jellemzőbb azonban a konkrétumok, a mindennapok felé fordulás és az ezzel elérhető hatékonyság kiaknázása.

Annál is szembetűnőbb ez, mert a szocialista ideológia terjesztése korántsem büszkélkedhetik hasonló eredményekkel. A szocializmus elméleti megalapozásának, a marxista-leninista szemléletnek csupán töredékei jelennek meg az ideológia terjesztésére szánt jelekben. Az e jelekben megjelenő szocializmusnak is megvan a maga jól megkülönböztethető "image"-ja, ez azonban a lehetségesnél jóval szegényesebb.

Az ideológiához kapcsolódó fő értékterületek a munka, a termelés, a béke és az "egység". A vallási ideológia egésze sem jelent meg az aktuális képi és szöveges anyagokban, itt azonban feltűnő az eredeti lenini és főleg a marxi szövegek /vagy akárcsak ezek autentikus interpretációinak/ hiánya. Az idézetek főleg kulcsmondatok, többnyire azonban ezek legáltalánosabbjai. A konkrétság, a helyi közegre vagy az egyéni motívumokra való utalások szinte tökéletesen hiányoznak.

Leszűkített tehát az asszociációs kör, leszűkített a felhasznált gondolatok köre, s leszűkített a hatóeszközök használata is. Legfőbb hatóeszköz a régi-új szembeállítás. Ez azonban negyven évvel a régi világ bukása után semmiképpen sem hatékony. Az új világhoz tartozás értéke elvben hatékony lenne, ha ehhez "élcsapat-élmények" tár-

sulnának. Ezek híján az "új"-jelleg általános hangoztatásával azonban az újhoz kapcsolódó érzelmek nélkül veszi tudomásul a befogadó az új létét, ez pedig nem eredmény. A számos gyakorlati tapasztalat mellett hivatkozhatnánk a neves antropológus Victor Turnerre, aki szimbólumkutatási tapasztalataiból éppen azt emeli ki, hogy az általa rituális jelképeknek nevezett szimbólumokban mindig meglévő ideológikus és szenzoros elemek közül az ideológikusak csak akkor hatékonyak, "ha a jelkép szenzorikus pólusa érzelmileg is cselekvésre készítet." /Cohen: A szimbólikus cselekvés és az én struktúrája. In: Jelképek kommunikáció, társadalmi gyakorlat TK. 1983. Kiemelés: K.Á.-K.G./ /A kapitalizmus-szocializmus szembeállítás általánosan is a régi-új ellentét mentén ábrázoltatik, többnyire hiányzik az aktuálisabb szembeállítási lehetőség, illetve ahol ilyennel találkozunk, ott is olyan érvek szerepelnek - főleg a munkanélküliség és a háborús fenyegetés -, amelyek a tárgyalás általános szintjén, mélyebb elemzések nélkül egyáltalán nem vagy legalábbis igen kevésbé meggyőzőek, mélyebb elemzések pedig az esetek többségében nincsenek./ A szocialista ideológia ideológiai vonásait túlnyomórészt a bürokratikus értékrendszer formális követelményei helyettesítik, s e formák kettétagolják az ábrázolt világot az életre, s egy ettől teljesen különvált reprezentatív sikervilágra. A szocialista ideológia rekvizitumai eredeti megjelenési formáikhoz képest mind több sallangot vesznek magukra, cifrázódnak, mind reprezentatívabbá válnak, önmagukban mind kevésbé tűnnek elégnak az ideológiai szerepkört kiszorító reprezentatív funkciók számára.

Az ideológia-továbbítás szerkezete /jóllehet a valóságban semmivel sem centralizáltabb, mint például a római katolikus egyházé/ sokkal centralisztikusabbnak tűnik: az "ideológikus" az esetek nagy részében a központi, tömegkommunikációs médiák kipróbált, rizikómentes elemeinek

utánzásaként jelenik meg, az önállóság minimális. Az önállóság, a konkrétság jószerint csak azoknál az aktuálpolitikai teendőknél jelenik meg, ahol a feladat jellege megfogalmazottan is megkívánja a helyi teendők megjelölését. /Ebbe a bürokratizált jelrendszerbe a legkülönbözőbb tartalmú, a bürokratizmussal ellentétes tartalmú központi kezdeményezések is képesek beilleszkedni./

Az ideológia sematizációja az iskolákban is érvényesül. Az iskolákban a történelemtanítástól az osztályfőnöki foglalkozásokig, a faliújságoktól a tankönyvekig igen sok csatornán közvetítik az ideológikumot. Néhány igen jó kivételtől eltekintve azonban itt is a bürokratikus formalizáció uralkodik, az ideológikumnak a gyerekek életéhez való hozzákapcsolásával csak igen ritkán találkozunk.

Az egyházak ideológiai tevékenységével való összehasonlítás több szempontból sem lenne egészen igazságos, hiszen mint említettük egyrészt azok sem használnak minden esetben hatékony, rugalmas eszközöket. Továbbá helyzetük sem azonos, hiszen a "hivatalos" sosem tudja lefedni a teljes valóságot, sosem hibátlan, hézagtalan, így a "hivatalos" helyzetnél a kritikai-ellenzéki helyzetű álláspont mindig könnyebben válthat ki azonosulást. Minde mellett mégis úgy érezzük, el kell végezni ezt a szembeesítést. Hiszen azt semmi sem indokolja, hogy a szocializmus ideológiájának terjesztői a tapasztalt mértékben mondanak le az emberismeret, az életismeret, az érzelmek mozgósítása, az aforisztikus szellemesség, a naprakész alkalmazkodás, rugalmasság nyújtotta azon hatóeszközökről, amelyekkel az egyházak igen hatékonyan képesek élni saját értékeik terjesztése érdekében. Persze nem minden adaptálható, hiszen az ideológiák terjesztési formáit meghatározza az ideológiák belső szerkezete, s az egyházak hatóeszközei között számos olyan is szerepel, melyek hatásosak ugyan, de a marxisták számára elfogadhatatlan világgépre támasz-

kodnak /pl. jó-gonosz, fekete-fehér dichotómiára, a létnek a terjeszkedő racionalitás által teljesen soha ki nem küszöbölhető irracionális elemeire, az érzelmek-indulatok nem-társadalmiasított közvetlenségére/. A vallás kezeli az elidegenedés viszonyait, nem akarja felszámolni őket. Ezeket a módszereket, bármily hatásosak, a szocializmus ideológiája nem veheti át, ha átveszi, mint ahogy erre is van, volt példa, ezen a ponton önmagát is vallásiasítja, és ezáltal alapeszméivel ellentmondásba jutván fékezhetővé, ártalmassá, majd nevetségessé válik. Az ideológiai formáknak a valóság konkrét viszonyaitól való elszakadása azonban legalább ilyen szembekerülés a marxizmus szemléletével.

Az elmezett formák azonban néhány okra is rámutatnak. A szocialista ideológia máig is fennmaradt legkarakterisztikusabb formulái harci viszonyok között születtek. Mozgósító jellegük elsősorban erre, a kommunista politika vonzerejére épített, a harcok idején valóban igen hatékonyan is. A pártharcok 1948-49-es lezárása után e jelzavak és a bennük kifejeződő küzdelem kanonizálódott, a tényleges harc a hatalom, a megragadott hatalom szimbólumává változott. Amióta pedig a párt politikáját az össznépi egység-gondolat jellemzi, a harci mozgósító jelleg nagymértékben ténylegesen is töltését veszítette. Az ideológiának mozgósító ereje általában csak kézzel fogható ellenféllel szemben van /legyen az ellenfél bármilyen jellegű leküzdendő nehézség - tehát nem feltétlenül megszemélyesíthető ellenség -, de a hétköznapiakban jelenlévő valóságos ellenerőnek kell lennie/.

Fontos eleme a szocialista ideológiának az "új világ építésének" eszménye is. Ez az "építés" azonban előbb túl távoli jövőhöz kötődött, majd mikor világossá vált, hogy közvetlen célokra is szükség van, a fogyasztói ideológia által romboltatott: a jelennek élés és az új világ

áldozatos építése legjobb esetben is, mint együttjáró, "békésen egymás mellett élő", semleges célok jelentek meg a többség számára, a fogyasztói célok nem kapcsolódtak a szocializmus ideológiai belsővé tételéhez.

Ez a folyamat is segítette az ideológiai elemek különszakadását és élettől elváló kanonizálódását. A kanonizálódás velejárója volt továbbá az egyének kezdeményezési kompetenciájának megkérdőjelezése. Noha az elmúlt évtizedekben sok minden történt a viszonyok decentralizálásáért, éppen az ideológiai szférában a marxista ideológia terjesztésében igen kevésbé hatolt be a struktúrába az egyéni kezdeményezés. Az önállótlanság pedig szükségképpen eredményezi a "veszélytelen" általánosságok uralmát /És egyúttal a beavatottság hiányában a közvetítendővel való azonosulás-képtelenséget, a bizonytalanságot. Nem egy tanórán adja le a tanár egyik-másik ha csak némileg is ideológikus vonzatú tananyagot úgy, hogy hangsúlyozott kívülállással, rezignációval teszi hozz: "korábban úgy mondtuk", "az utóbbi időben vitatják" stb./

Az ideológiák közvetítőinek mindig sokrétű feladatuk van. Az ideológiákat terjesztni, oktatni kell, törekedni hegemoniájuk biztosítására, s a konkrét teendőket "ideológizálni", beépíteni egy szemléleti rendszerbe. Az embereknek eligazító világmagyarázatot kell nyújtani, egyszerűen választási, valahová tartozási lehetőséget is/világosan láttatva, hogy milyen feltételek sorolják ide az embereket/. A hatékony ideológiának be kell töltenie valamiféle avantgarde, a többséget maga után húzó funkciókat is. E feladatok mindig mást, s többnyire másféle embert is kívánnak. A mindennapi hatalomgyakorláshoz a hatékonyság a döntő szempont, az avantgarde funkciónál például már nagyobb súllyal jönnek szóba az eszmei, erkölcsi mozzanatok. Az egyházak is különböző magatartástípusokat, szerepköröket fejlesztenek ki az egyes ideológia-terjesz-

tő funkciókhoz /alázatos szerzetes, okos tanácsadó pap, szépszavú prédikátor, energikus szervező stb./. /Józsa Péter megfogalmazása szerint a vallásnak szociológiai, institucionális, politikai, ideológiai, szociálpszichológiai, individuálpszichológiai és etnográfiai dimenziói vannak, lásd József Péter: Adalékok az ideológia és a jelentés elméletéhez. NPI. 1979. Legalább ennyiféle szűkséget elégít ki egyszerre, s ezekhez legalább ennyiféle szerepkör is kifejlődött./

A szocialista ideológia terjesztése e szempontból nézve is erősen féloldalas. Egyes funkciók - éppen a mindennapokba nyúlók - kidolgozatlanok.

A mindennapokban így a fogyasztói ideológia hódít, s amikor a realitásokhoz alkalmazkodás, a hatékony módszerek átvétele címén megpróbálják összeegyeztetni a kettőt, például a pop-kultúra "modernségével" korszerűsíteni a szocialista ideológiát, ebből jobbra eklektikus értékkeveredés származik.

Ez különösen az ifjúsági szubkultúrában, a KISZ-klubok, művelődési házak és az iskolák felsőbb osztályainak dekorációiban szembetűnő. Az ott megjelenő "ifjúsági" világot néhány sztárként felfogott politikai szereplő mellett a fogyasztói kultúra és a gyermekvilág rekvizítumai uralják. Az összkép egyfajta várakozó jövőreorientáltságot sugall /elemei: a legfejlettebb technika, harmónikus természeti képek, fiatal párok, idilli szerelem megjeleltése stb./, s egyszersmind valamiféle retardációt /gyerekkoridézó, infantilis elemek, állatok feltűnően gyakori szerepeltetése stb./. E tendenciák közös magjának a passzivitást tarthatjuk, az ifjúság számára adott önálló cselekvési lehetőségek sokszor felpanaszolt szűkössége és a fogyasztói beállítottsággal járó önállótlan mintakövetés ebben találkozik.

Itt említhetjük azon próbálkozások kudarcait, amelyekkel olykor a KISZ-mozgalom vonzóbbá tételét próbálják elérni, azáltal, hogy "megtermékenyítik" az ifjúsági szubkultúra egyes elemeivel. E törekvések ritka kivétellel azért nem igazán sikeresek, mert a két ideológia közül egyiket sem vállalják fel következetesen. A pop-kultúra átvett elemeit a szocialista ideológia részének próbálják láttatni, attól idegen vonásaik ellenére is. A szocialista ideológiát pedig eleven érvek híján nem tudják olyan helyzetbe hozni, hogy az átvett elemeket valóban képes legyen szintetizálni.

Talán nem tévedünk, ha a szocialista ideológia terjesztésének féloldalasságát kapcsolatba hozzuk a gyermekvilág kiépítésével is. Az óvodák otthonosak, s minden elemükben egységesek, gyakorta ötletesen, változatosan sugallnak egyfajta, gyerekkönyvekből, gyerekfilmekből felépített, egységes gyerekkultúrát. Ennek a világnak azonban a felnőttek világához sok kötődése nincs. Természetesen a gyermekvilág létjogosultságának felfedezése jogos és észszerű válasz volt arra a voluntarizmusra, amellyel a felnőtt világot, annak értékeit a társadalom többször is - legutóbb az ötvenes évekhez köthetően - megpróbálta "ráerőltetni" a gyerekekre. A felnőttektől, azok eszményeitől egészen elkülönülő gyermekvilág azonban legalább ilyen életidegen: a gyerekeket végtére is cselekvőképes felnőtte és nem gyerekké kell szocializálni.

Az iskolákban /és művelődési házakban, könyvtárakban/ megjelenik még egy, a fentiektől különböző ideológiatípus: a tudáskultúra-erkölcs eszményeinek közvetítése. Ezen hagyományos értelmiségi /elsősorban a klasszikus humanizmus értelmiségi tartás értékeire támaszkodó/ ideológia közvetítésében nagyjából ugyanazok a hiányok, egyoldalúságok jelentkeznek, mint amire a szocialista ideológia kapcsán utaltunk. Az egyén szerepe, lehetősége igen csekély. A tanórán például a prelegálás, a kérdve-kefejtés még mindig igen

erős, feltehetőleg a körülmények mást nem is igen tesznek lehetővé. Az ismert általános fegyelmi fellazulástól függetlenül változatlanul igen erős a hagyományos tekin-télykövetési igény az önálló gondolkodásra késztetéssel szemben. Az egyneműsítés, a dialektika szinte teljes hiánya jellemző a magyarázatokban. Az ideológia-terjesztésről korábban mondottakra visszautal az a tapasztalat, hogy például a történelemórákon viszonylag elevenebbé, életszerűbbé elsősorban két ponton válik az előadás. Így a régmúlt magyar történelmének hagyományosan cselekményes felidézésekor, illetve a mai társadalom az elmúlt években igen sok oldalról bemutatott gazdasági jelenségeinek tárgyalásakor, vagyis olyan kérdésekkel kapcsolatban, ahol napjainkra valamiféle konszenzus, valamiféle viszonylagos egyértelműség jött létre. A jellemzőbb azonban az, hogy a kultúra világa sok helyütt ugyanúgy különválik a mindennapoktól, mint a politikumé, bár ez a különválás ebben az esetben kevésbé határozott.

Külön lehetne szólni az egyes egyházi, állami, magán és közönségek különbségeiről, amelyeket szintén vizsgáltunk és összehasonlítottunk, ezen dolgozat kereteibe azonban már elemzésük nem fér be. "Pozitív példák" sorolásától pedig tartózkodni szeretnénk, ugyanis igazán jó példának azt tartjuk, ami nem a követhetőség értelmében példa. Az utánzással létrejövő megoldások ritkán igazán eredményesek, hatásukba a másodlagosság is bekerül, és egy-egy forma önmagában semmiképpen sem biztosítéka a jobb eredménynek. Találkoztunk például olyan faliújsággal, amely játékos formában tűzött ki a gyerekek elé önnevelő célokat, s rögzítette a célok irányába tett előrehaladást. Egy ilyen faliújság igen jó hatást válthat ki olyan közegben, ahol az "önnevelés" mögött az egyes gyerekre erősen ható, valódi közösség és a közösség értékeit áll. Ha a számonkérés formális, vagy ha csak a tanári számonkérés, a hatás egészen más, illetve telje-



sen el is maradhat. Ugyanígy, végső soron a közegtől függ egy-egy ideológiai jel hatékonysága. A felszólító transzparenszeknek nyilván nagyobb a hatása olyan környezetben, amely először találkozik velük és a bennük foglaltakkal, mint ott, ahol a megszokottság folytán észre sem veszik őket.

Más a hatás és más az optimális teendő is ott, ahol egy-egy ideológiai elem a közösség közös kulcsfogalma, s más ott, ahol agitálni, terjesztetni kell. Az egyes módszerek értékei is kor- és közegspecifikusak. Vannak ideológiai divatok is. /Azt többnyire a tömegek maguk döntik el, hogy milyen szellemi áramlat válik számukra vonzóvá, az biztos, hogy ez attól is függ, hogy az adott ideológiát képviselő politika mennyire megnyerő. Attól is függ, hogy az ideológiában kulcsszerepet játszó eszmények, jelszavak, a használt jelek mennyire mozgósítják, mennyire veszik figyelembe az adott közeg motívumait. Igen erős függése attól, hogy az ideológia mindenkori helyi képviselői mennyire képesek ideológiájuk lényegének tömör, őszinte, belülről átélt, konkrét, az adott közeg életéhez kapcsolódó, az adott egyének és csoportok számára céllá változtatható megfogalmazására. Mert az ideológia nemcsak tükre a valóság egy-egy tendenciájának, hanem mozgósító eszköze is azon társadalmi feltételek megteremtésének, melyek elérésére az ideológia megfogalmazódott. Az őszinteség és belülről átéltség követelménye itt megkerülhetetlen. Éppen azért, mert az ideológia-közvetítés igen sok nem-tudatos csatornán keresztül történik, mind a hitel, mind a kiüresedés azonnal formát ölt, s a kiüresedett forma részben függetlenedik a propagált tartalomtól, részben deformálja azt is. /Ilyen esetben az ideológiai képződmény az ideológia céljait képező feltételeknek nem megteremtését segíti elő, hanem éppenséggel elfedi a valóságos feltételeket./

Felvethető, hogy miért tekintjük egyáltalán vizsgál-  
landó kérdésnek az ideológia terjesztés módszereit. Van-e  
egyáltalán szükség ideológia-terjesztésre? Úgy gondoljuk,  
ez nem valóságos kérdés, ideológiák vannak és terjesztik  
is őket. A tudományok számára a kérdés a "hogyan", s a  
feladat elsősorban abban áll, hogy az ideológiaterjesztés  
folyamatát minél részletesebben, az összetevőkre bontás  
minél alaposabb módszereivel elemezze, az emberi tudat-  
működésnek az ideológiaformálásban is megnyilvánuló tör-  
vényeit feltárni igyekezzék.

Az ideológiai metszet természetesen csupán egyik  
vékony, bár fontos szelete a kulturális intézményekben  
megjelenő értékek és sugárzásuk problémakörének. Minden-  
nek van ugyan ideológikus vonatkozása, sok értéket /il-  
letve értékközvetítési módszert/ azonban elsősorban más  
metszetben, az életforma, a kultúra, a világkép, az embe-  
ri viszonyok, az intézményszerkezeti sajátosságok, a ha-  
gyomány-továbbélés stb. stb. oldaláról érdemes vizsgálni,  
s vizsgáljuk is. Természetesen a most tárgyunkul szolgált  
részterület, az ideológiai metszet is további kifejtést,  
többszemponútú körüljárást igényel.